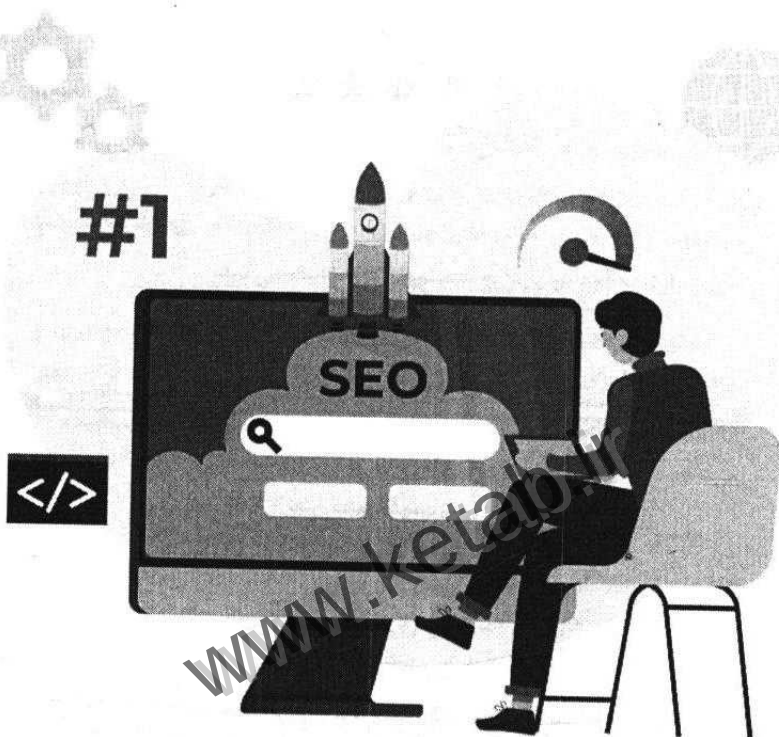


سازماندهی وبسایت



چگونه وبسایت خود را در
موتورهای جستجو
بهینه کنیم

جیمز نایت
ترجمه امیرحسین حکمت‌شعار

سرشناسه	:	نایت، جیمز، ۱۹۶۷-م. Knight, James, 1967 -
عنوان و نام پدیدآور	:	چگونه وبسایت خود را در موتورهای جستجو بهینه کنیم / جیمز نایت :
مشخصات نشر	:	ترجمه امیرحسین حکمت‌شعار.
مشخصات ظاهری	:	تهران : صانعی شه‌میرزادی، ۱۴۰۰.
شابک	:	۱۶۲ ص.
پادداشت	:	978-600-7614-58-7
موضوع	:	عنوان اصلی: Seo for beginners 2020 ...
موضوع	:	وب -- موتورهای جستجو
شناسه افزوده	:	Web search engines
رده بندی کنگره	:	حکمت‌شعار، امیرحسین، ۱۳۷۳-، مترجم
رده بندی دیویی	:	TK5۱۰۵/۸۸۴
شماره کتابشناسی ملی	:	۰۰۴/۶۷۸
	:	۷۹۴۷۰۲۹



انتشارات صانعی

چگونه وبسایت خود را در موتورهای جستجو بهینه کنیم

ناشر: صانعی شه‌میرزادی

مترجم: امیرحسین حکمت‌شعار

چاپ اول: ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۴۵۰۰۰ تومان

کلیه حقوق مادی و معنوی برای ناشر محفوظ است.

آدرس فروشگاه: تهران، خیابان انقلاب، بین ۱۲ فروردین و منیری جاوید، کتابفروشی صانعی،

پ ۱۳۱۲

تلفن: ۶۶۴۰۵۳۸۵، ۶۶۴۰۹۹۲۴

آدرس دفتر: تهران، خیابان انقلاب، مابین ۱۲ فروردین و منیری جاوید، کتابسرای اندیشه،

طبقه اول، واحد A5

تلفن: ۶۶۴۰۸۱۶۵، ۶۶۴۴۲۱۷۷

فروشگاه اینترنتی: www.saneibook.com

نشان تضمین کیفیت : ضمن تشکر از حسن انتخاب شما، چنانچه به هر دلیلی از کیفیت مطالب این کتاب ناراضی باشید، می‌توانید با مراجعه به دفتر نشر، کتاب خود را با یکی از عناوین دیگر هم قیمت منتشر شده توسط انتشارات ما تعویض نمایید.



تضمین کیفیت

مقدمه

بهینه‌سازی موتور جستجو یا SEO ، همان‌طور که معمولاً به آن اشاره می‌شود ، یک روش بازاریابی فنی و خلاقانه است که بازدیدکننده هدفمند وبسایت را از طریق موتورهای جستجو مانند Google ، Bing ، Yahoo و سایر موارد موجود در بازار به سمت سایت هدایت می‌کند.

موتورهای جستجو با توجه به درخواست کاربران، محتوا را جمع‌آوری و سازماندهی می‌کنند. بهینه‌سازی موتور جستجو یک روند مناسب برای بهتر دیده شدن یک وبسایت یا یک صفحه وب در نتایج جستجو طبیعی یک موتور جستجو است.

مقدار اطلاعاتی که باید توسط این موتورهای جستجو پردازش شوند را تصور کنید - همه آنچه در وب وجود دارد. برای ارائه دقیق‌ترین اطلاعات به کاربران آن‌ها ، الگوریتم‌هایی برای خواندن این اطلاعات، رتبه‌بندی آن‌ها و ارائه آنچه بیشتر به نظر کاربر مفید می‌رسد، طراحی شده‌اند. با تمرکز بر SEO قبل از راه‌اندازی وبسایت، نه تنها راه دسترسی مخاطبان‌تان هموارتر می‌شود بلکه خرید و درآمدهای شما نیز افزایش می‌یابد.

ما در این کتاب در فصول ابتدایی مخاطب کتاب را با انواع گونه‌های سئو آشنا کرده و در ادامه روش‌های سئو درونی و خارجی را که از دو نوع اصلی ارتقا رتبه در موتورهای جستجو می‌باشد را تبیین می‌نماییم.

بعد از آشنایی با اصول اولیه سئو وارد واکاوی مشکلات موجود در این زمینه خواهیم شد و موانع احتمالی پیش رو را با ذکر انواع روش‌های حل تشریح می‌کنیم. پس از حل مشکلات سراغ ارتقا و ترفندهایی خواهیم رفت که کسب‌وکار شما را از رقبای‌تان قدرتمندتر و مانا تر نماید. در دو بخش انتهایی این کتاب نیز سراغ دو ابزار به‌روز google analytics و google adwords

خواهیم رفت که شما را با تمامی مراحل راه اندازی آن‌ها آشنا خواهیم کرد. بنابراین به خواننده توصیه می‌شود تا بخش‌های انتهایی کتاب با ما همراه باشند تا در مسیری پیوسته با کلیه روش‌های موجود آشنا شده و بتواند به درستی آن‌ها را به کار گیرند.

فهرست

فصل اول - سئو چیست؟	۱۳
یکی از این اقدامات، پر کردن سایت با محتوای سئو شده است.	۱۵
ابزارهای مورد نیاز برای جست و جوی کلیدواژه مناسب	۱۶
سئو به چه معنی است؟	۱۶
سئو چیست؟	۱۸
شیوه کار موتور جست و جو چگونه است؟	۱۹
تعریف بهینه سازی	۲۰
سئو برای شما به چه معنی است؟	۲۰
عناوین سئو، هدرها (Header) و آدرس های اینترنتی (URL)	۲۲
پیوند (link)	۲۲
نوشتن محتوای سئو شده	۲۳
استفاده از محتوای چند رسانه ای	۲۳
به روز رسانی منظم	۲۳
سئو می تواند چه کاری برای شما انجام دهد؟	۲۸
سئوکاری چرا مهم است؟	۲۸
چگونه رتبه خوبی کسب کنیم؟	۲۹
اهمیت	۲۹
شنا در موج های کوچک	۲۹
وبسایت خود را چگونه طراحی کنیم تا «موتور جست و جو پسند	
(Search Engine Friendly)» باشد؟	۳۰
سئو و وبسایت	۳۰
سئو خارجی	۳۰
فصل دوم - روش های سئو درونی	۳۱
یک وبسایت چرا به سئو نیاز دارد؟	۳۱

۳۲	چگونه می‌توان سئوکاری را در اینترنت انجام داد؟
۳۳	روش‌های سئو درونی
۳۳	اهمیت روش‌های سئو درونی
۳۵	ترافیک جست و جوی مضاعف با روش‌های سئو در صفحه scarfproof
۳۶	روش‌های سئو برای وبسایت‌ها
۳۹	برخی نکات مهم
۴۱	روش‌های سئو درونی (داخلی) برای کسب رتبه اول در موتور جست و جو
۴۱	عنوان بلاگ
۴۱	آدرس URL محتوای منتشر شده
۴۲	افزودن تگ‌های عنوان
۴۲	قرار دادن تگ‌های متا
۴۲	امکانات تصاویر
۴۲	تعداد مطالب منتشر شده
۴۳	پیوند زدن محتوا
۴۴	هفت روش پیشنهادی برای سئوکاری در صفحه (سئو داخلی)
۴۶	عناصر مهم روش‌های سئو درونی
۴۸	بخش‌های موردنیاز
۵۱	فصل سوم - روش‌های سئو خارجی
	روش‌های گوناگونی برای سئو خارجی (off-page SEO) وجود دارد که در ادامه مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. از این روش‌ها برای ایجاد پیوندهای مهم (به محتوای خود) در وبسایت‌های سطح بالا استفاده کنید.
۵۳	
۵۴	روش‌های سئو خارجی (بر اساس معیار آبیوه گوگل Google Juice Scale)
۵۴	وبلاگ نویسی (GJS=10)
۵۵	شبکه‌های اجتماعی (GJS=10)
۵۵	وبلاگ‌ها و انجمن‌های گفت و گو (فروم یا تالار) (GJS=8)
۵۶	معرفی فهرست (GJS = 4)
۵۶	اشتراک گذاری تصویر (GJS = 6)
۵۶	تحويل محصولات (GJS = 3)
۵۷	روش‌های مهم سئو خارجی
۵۷	سه قانون طلایی سئو

.....	محتوا پادشاه است	۵۷
.....	محتوا را برای کاربران تهیه کنید نه برای موتورهای جست و جو	۵۷
.....	هرگز بر روی نتایج کوتاهمدت تمرکز نکنید. همیشه برای ایجاد اثرات بلندمدت تلاش کنید	۵۸
.....	انواع بازخورد	۵۹
.....	پیام مهمان	۵۹
.....	نکاتی برای نوشتن «پیام مهمان»	۶۰
.....	وبسایت شما درباره موضوع خاصی باشد	۶۰
.....	انتقال مقالات	۶۰
.....	نکاتی برای نوشتن مقاله خوب	۶۱
.....	کامنت گذاشتن در بلاگ	۶۱
.....	نکاتی برای ارسال نظرات در وبلاگ	۶۱
.....	راز موفقیت در کامنت نویسی	۶۲
.....	عضو انجمن‌های گوگل+ شود	۶۲
.....	نکاتی برای انتشار مطالب و نظرات در انجمن‌ها	۶۲
.....	وبسایت‌های نشانه‌گذاری اجتماعی (Social Bookmark)	۶۳
.....	پنج روش عالی برای سئوکاری خارجی	۶۴
.....	بازاریابی مقاله‌ای (Article Marketing)	۶۵
.....	حضور فعال در انجمن‌ها	۶۵
.....	وبلاگ‌ها	۶۶
.....	عوامل مؤثر در سئو خارجی	۶۶
.....	کدامیک تأثیر بیشتری دارد؟ سئو داخلی یا خارجی؟	۶۸
.....	سئو داخلی چیست؟	۶۹
.....	سئو خارجی چیست؟	۶۹
.....	بر روی چه چیزی باید تمرکز کنید؟	۷۰
.....	بهبود سئو خارجی	۷۰
.....	اول. ارسال نظر در وبلاگ‌ها	۷۱
.....	دوم. محصولات (مقالات)	۷۱
.....	سوم. استفاده از انجمن‌ها	۷۲

فصل چهارم - چرا برخی از مردم نمی‌توانند سئوکاری صحیحی را انجام

دهند؟ ۷۳

می‌خواهید سریعاً نتیجه بگیرید ۷۳

از رسانه‌های اجتماعی برای سئوکاری خارجی استفاده نمی‌کنید ۷۳

از اتصال داخلی در وبسایت خود استفاده نکرده‌اید ۷۴

استفاده از کلیدواژه‌های رقابتی ۷۴

لینک‌های شکسته شده را بررسی نکرده‌اید ۷۴

سایت شما بسیار کند است ۷۵

از ابزارهای تحلیل آماری استفاده نمی‌کنید ۷۵

هیچ توجهی به کاربران و اهداف آنان ندارید ۷۵

از کلیدواژه‌های طولانی استفاده نکرده‌اید ۷۵

تمرکز شما بیشتر بر روی کلیدواژه است نه محتوا ۷۶

محتوای مقالات شما کم است ۷۶

فقط به بازخورد فکر می‌کنید ۷۶

از کلیدواژه‌هایی استفاده کرده‌اید که به اندازه کافی رقابتی نیستند ۷۶

از اتصالات خارجی به اندازه کافی استفاده نکرده‌اید ۷۷

برای پیوندسازی فقط از روش وبلاگ‌های مهمان استفاده کرده‌اید ۷۷

پیوندهای سایت را سفارشی نکرده‌اید ۷۷

فقط سئو داخلی را در نظر گرفته‌اید ۷۷

تگ‌های عنوان را به صورت خودکار ایجاد کرده‌اید ۷۷

فکر می‌کنید که نقشه وبسایت XML منسوخ شده است ۷۸

از قراردادن توضیحات متا صرف‌نظر کرده‌اید؛ زیرا آن‌ها کمکی به طبقه‌بندی مطالب

نمی‌کنند ۷۸

چرا بسیاری از شرکت‌ها که خدمات سئوکاری پولی ارائه می‌دهند، نمی‌توانند نتیجه

مناسبی به دست آورند؟ ۷۸

ارائه محتوای بد ۷۹

ناتوانی کارمندان ۷۹

تلاش‌های غیر مؤثر ۸۰

چرا وبسایت‌های سئو نشده ارزیابی نمی‌شوند؟ ۸۰

چرا کمپین‌های سئو من با شکست مواجه می‌شود؟ ۸۱

۸۲.....	کمپین‌های سئو خود را احیا کنید.....
۸۲.....	طراحی وب.....
۸۳.....	تحقیق برای یافتن کلیدواژه مناسب.....
۸۳.....	سئو داخلی.....
۸۳.....	سئو خارجی.....
۸۳.....	تبلیغات پولی.....
۸۴.....	وبلاگ‌نویسی.....
۸۴.....	بازاریابی ویدئویی.....
۸۵.....	مجوز بازاریابی (بازاریابی مجاز).....
۸۵.....	شبکه‌های اجتماعی.....
۸۶.....	مدیریت برند (مدیریت شهرت).....
۸۶.....	تجزیه و تحلیل ترافیک.....
۸۶.....	چرا بدون ایجاد یک پیوند اضافی به شبکه‌های اجتماعی، سئو بی نتیجه می‌ماند؟.....
۸۷.....	شبکه‌های اجتماعی چه کاربردی در سئوکاری دارند؟.....
۸۸.....	شبکه‌های اجتماعی و سئو: چرا باید به خدمات حرفه‌ای توجه کنید؟.....
	فصل پنجم - ترفندهایی که کسب و کارهای محلی می‌توانند برای کسب رتبه
۹۱.....	های بهتر انجام دهند.....
۹۲.....	بهینه‌سازی داخلی و خارجی (مدیریت مستقیم و غیرمستقیم).....
۹۲.....	کنترل مستقیم.....
۹۲.....	کدنویسی مناسب برای موتور جست و جو.....
۹۲.....	توزیع مناسب کلیدواژه‌های مرتبط.....
۹۳.....	پیوندسازی.....
۹۴.....	کنترل غیرمستقیم.....
۹۵.....	رتبه محلی خود را ارتقا داده و کسب و کار خود را به موفقیت برسانید.....
۹۶.....	سئو ارگانیک برای صاحبان کسب و کارهای محلی.....
۱۰۰.....	چگونه شرکت بازاریابی دیجیتال مناسبی را انتخاب کنید؟.....
۱۰۱.....	دانش.....
۱۰۱.....	محتوای کپی شده: رتبه‌بندی سئو چگونه است؟.....
۱۰۱.....	محتوای تکراری چیست؟.....
۱۰۲.....	موتورهای جست و جو چه چیزی را درباره محتوای تکراری می‌پسندند؟.....

موتورهای جست و جو چگونه محتوای تکراری را شناسایی می‌کنند؟.....	۱۰۳
سنو برای کسب و کارهای محلی: دلایلی که چرا این روش هنوز مؤثر است.	۱۰۴
سنوکاری داخلی کار راحتی است	۱۰۴
طبقه‌بندی سریعاً انجام می‌شود	۱۰۴
حاشیه‌نویسی ویژه	۱۰۵
نکاتی از سنوکاری برای کسب و کارهای محلی	۱۰۵
بهینه‌سازی پرسش‌های جست و جوی محلی	۱۰۶
بهره‌گیری از «Google Places» و «Yahoo Local»	۱۰۶
درخواست کامنت گذاری	۱۰۶
ایجاد یک وبسایت حرفه‌ای	۱۰۷

فصل ششم - GOOGLE ADWORDS و GOOGLE ANALYTICS چیست؟

.....	۱۰۹
GOOGLE ADWORDS چیست؟.....	۱۰۹
چگونه از این ابزار برای کمک به سنوکاری استفاده کنیم؟.....	۱۱۱
استفاده ترکیبی از Google Analytics و Google AdWords	۱۱۲
نحوه راه‌اندازی ردیابی تبدیل در برنامه‌های AdWords و Analytics	۱۱۴
راه‌اندازی در Google AdWords	۱۱۴
راه‌اندازی در Google Analytics	۱۱۵
نکاتی برای کسب و کار اینترنتی شما	۱۱۶
با Google AdWords به موفقیت برسید	۱۱۷
Google AdWords چیست؟.....	۱۱۸
بازار موردنظر خود را بیابید	۱۱۹
شروع	۱۲۰
ثبت نام در Google AdWords	۱۲۱
کمپین‌ها و گروه‌های تبلیغاتی	۱۲۲
موقعیت	۱۲۲
نوشتن تبلیغات	۱۲۳
ردیابی تبدیل	۱۲۳
Google Analytics	۱۲۴
انتخاب کلیدواژه	۱۲۴

جست و جوی گوگل و شبکه محتوای گوگل.....	۱۲۶
بودجه روزانه.....	۱۲۷
پیشنهاد شما.....	۱۲۷
بگیر و بفروش.....	۱۲۷
برداشت از درخت پول.....	۱۲۸
فصل هفتم- بهترین روش برای ایجاد تبلیغات موفق با استفاده از GOOGLE	
ADWORDS.....	۱۲۹
پرداخت به ازای هر کلیک گوگل.....	۱۲۹
کمپین AdWords.....	۱۳۰
با به کارگیری AdWords درآمد کسب کنید.....	۱۳۱
با استفاده از Google AdWords Real درآمد کسب کنید.....	۱۳۲
مزایای بالقوه.....	۱۳۲
احتمالاً نگرانی‌ها و مشکلاتی سر راه شما قرار بگیرد.....	۱۳۲
با استفاده از AdWords موفق می‌شوید.....	۱۳۲
با استفاده از Google AdWords می‌توانید سود زیادی را کسب کنید.....	۱۳۳
نحوه راه‌اندازی حساب کاربری Google AdWords.....	۱۳۳
راهنمای Google Adwords.....	۱۳۳
تنظیمات Google AdWords.....	۱۳۸
راه‌اندازی حساب کاربری.....	۱۳۸
کمپین خود را بیابید.....	۱۳۸
تبلیغات خود را فقط در جست و جوی گوگل به نمایش بگذارید.....	۱۳۹
لغو نمایش تبلیغات در گوشی‌ها.....	۱۳۹
بودجه را محدود کنید.....	۱۳۹
تاریخی را برای پایان خودکار هزینه‌ها تعیین کنید.....	۱۴۰
ایجاد یک تبلیغ.....	۱۴۰
کلیدواژه‌ها.....	۱۴۰
فصل هشتم- نحوه ارتقا کسب و کار با استفاده از GOOGLE	
ADWORDS.....	۱۴۳
بودجه.....	۱۴۴

۱۴۵.....	روش تحویل
۱۴۵.....	عرض جغرافیایی
۱۴۶.....	زبان ها
۱۴۷.....	بهبود نرخ کلیک (CTR):
۱۴۸.....	افزودن کلیدواژه های جدید
۱۴۹.....	افزایش چهار برابری حساب کاربری Google Ads
۱۵۰.....	اگر بودجه تبلیغات گوگل را افزایش دهد چه اتفاقی می افتد؟
۱۵۱.....	چگونه بودجه تبلیغات گوگل را ۴ برابر کنیم؟
۱۵۲.....	استراتژی شماره ۱: افزایش سود و نرخ تبدیل با استفاده از «بازاریابی دوباره پویا (dynamic remarketing)»
۱۵۳.....	توصیه مهم
۱۵۴.....	استراتژی شماره ۲: افزایش سود و نرخ تبدیل با استفاده از کمپین های RLSA
۱۵۴.....	توصیه مهم
۱۵۶.....	استراتژی شماره ۳: حفاظت از نام تجاری با ارائه کلیدواژه هایی برای آن
۱۵۷.....	استراتژی شماره ۴: با افزایش سهم نمایش در موتور جست و جو، نتایج بهتری کسب کنید
۱۵۸.....	توصیه مهم